

POSZTMODERN VALLÁSOSság ÉS MÉDIATELÍTETTSÉG

A posztmodern fogalma ma már általánosan használt és elfogadott, ha különféle okból és célból akarjuk leírni korunkat, megfogalmazni világunk jellemzőit. Amennyire elfogadott a használata, annyira eltérőek értelmezési lehetőségei, vagyis használatának módja. Jelen dolgozat nem kíván a filozófia, szociológia, esztétika stb. területeire tévedve belebonyolódni a sokféle definícióba, ezek alapvető felfogásokat ütköztető különbözőségeibe, a dolgozat ugyanis elsősorban teológiai gondolatkörben vizsgálódik. Ez mégsem jelenti azt, hogy a posztmodern vallásosság teológiai értékeléseinek rendszerező összefoglalására szeretne vállalkozni, mint ahogyan nem kíván eltérni a kommunikációs és médiaelméletek értékelő összegzése felé sem.

Egyszerűen azt próbálja átgondolni, hogy milyen jellemzői vannak egy médiával átítatott korban a vallásosságnak, a posztmodern vallásosságnak. A definícióalkotás módszertani problémáinak ismertetése helyett inkább a posztmodern néhány jellegzetességét tekinti át. Ezt követően bemutatja a posztmodern vallásosság néhány jellemzőjét, majd azokat elhelyezi a mediatisált és vizuális kultúra által uralt világban, amelyben vizsgálnia kell a média és azon belül a mozgókép vallási funkcióit, hogy elérkezzen azokhoz a kérdésekhez, melyek a teológia válaszára várnak.

1. A posztmodern¹

Bármilyen kulturális jelenség, korszak, világnézet és stílus vizsgálatakor a korrektség jegyében szükséges az önmeghatározások elsődleges vizsgálata, így van ugyanis esély arra, hogy a témával foglalkozók megtalálják a kategóriák létrehozási szándékának leginkább megfelelő definíciókat. Ebből kiindulva azonban szükséges megál-

¹ A téma kapcsán találkozunk a posztmodern, posztmodernitás és posztmodernizmus szavakkal, melyek használata közel sem egységes a szakirodalomban. Vö. Linda Hutcheon kritikai, módszertani megkülönböztetését: Hutcheon szerint a posztmodernitás társadalmi és filozófiai korszakot, ill. állapotot jelöl, míg a posztmodernizmust különböző kulturális kifejezőmódokkal (építészet, irodalom, fotográfia, film, festészet, videó, tánc, zene) társítja. Linda Hutcheon: *The Politics of Postmodernism*. London, Routledge, 2001. 1,23. Vagy: az Edinburgh 2010 Világmissziói Konferencia 3-as munkacsoportjának gyakorlati különbségtételét, mely szerint a posztmodernizmus leginkább az építészetre, illetve tágabban a különféle művészeti ágazatokra alkalmazható fogalom, míg a posztmodernitás inkább a filozófiai, politikai, társadalmi, etikai kérdések tárgyalásakor használatos. Ez utóbbi kifejezés többes számú változata is elterjedt, ebben az esetben a posztmodernitások a konkrét posztmodern kifejezőmódokat jelölik. „Theme 3 – Mission and Postmodernities”, in: Deryl Balia – Kirsteen Kim (szerk.): *Witnessing to Christ Today – Edinburgh 2010 Vol.II*. Oxford, Regnum Books, 2010. 64–65. Jelen tanulmány az első, vagyis a posztmodern fogalmát használja, mely jelzőként vagy főnévként is alkalmas általános leírásra.

lapítani, hogy a posztmodern „öndefiníciójával” komoly problémák vannak, mivel egyik jellegzetessége, hogy tagadja az abszolút igazság-megállapításokat, így saját kategorikus meghatározását is szükségszerűen kerülnie kell. Úgy tűnik tehát, hogy definíciók alkotása helyett célravezetőbb inkább az általános jellemzők meghatározásával foglalkozni.²

Ha kulturális mozgalomként szemléljük, a posztmodern szkeptikus a nyugati gondolkodást meghatározó évszázados elvek és előfeltevések jelentős részével szemben, melyek a megelőzően leírható modernizmus értelmében a fejlődésre összpontosítottak, és hittek az értelem hatalmában, a gondolkodás és a művészeti kifejezőmódok eredetiségében. Ebből fakadóan a modernizmus saját korát és civilizációját felsőbbrendűként kezeli a megelőző korszakokhoz képest, művészeti irányzatként pedig megengedi magának a fejlődés érdekében a kísérletezést, hogy elérje ezt az eredetiséget. A posztmodern a feje tetejére állítja ezt a világnézetet, és elveti az eredetiséget zsánerül használó modernista kísérletezést, mint a mögötte rejlő értelemben és fejlődésben hívő ideológiát. Mindezek helyébe a párbeszédet helyezi a múlt és a jelen gondolkodása és művészetei között. Bátran használja a múlt módszereit, alkotásait, de ezt sajátos módon, és általában ironiával teszi.³

A posztmodern – ahogy Jean-Francois Lyotard fogalmaz – figyelmen kívül hagyja a nagy elbeszélések által lefektetett elnyomó szabályokat: „A végsőig leegyszerűsítve a „posztmodern” a nagy elbeszélésekkel szembeni bizalmatlanságként határozom meg.”⁴ A posztmodernben ez leginkább gondolkodási magatartásként, viszonyulásként jelenik meg, mintegy a szkepticizmus nyúlványaként, amely lényegében tekintélyellenes, megfogalmazásában pedig negatív. Ez a két jelleg is erősíti az elméletek alkotásának háttérbe szorítását, a pozitív alternatívák keresését.⁵ A posztmodern épp ezért Lyotard szerint nem létezhet állandóan, folyamatosan, szakadásmentes szövetként, sokkal inkább a modernizmussal folytonos váltásban, ciklikus egymás fölé kerülésben és visszatérésekben. Nem lehet ugyanis csak negatív megállapításokban, és pozitív megfogalmazások tagadásaiban létezni, valaminek lennie kell, ha valamit tagadni akarunk. Paradox módon a posztmodern, bár tagad és megkérdőjelez, önmagában nem minősíthető negatívnak. Ez kiemelten fontos, amikor korunk vallásosságát vizsgáljuk.

A képlékeny, benyomások mentén megfogalmazható posztmodern még néhány, általánosan felfedezhető tulajdonsággal bír. Jellemzi a pluralitás, vagyis egyszerre és párhuzamosan számtalan kulturális, nyelvészeti, politikai, vallásos és egyéb választási lehetőséget kínál. Jellemzi a (de- és re-)konstrukció: az egyén szabad az értelmezésben, úgy értelmezheti az életet és a dolgokat, ahogyan neki az adott pillanatban tetszik. A változás is állandó jellemző, mivel a világot, és benne az egyént, az „én”-t állandó változásban levőként tételezi, ebből következően pedig a valóság és a valósághoz való viszonyulás nem adott és körülhatárolható, hanem for-

² Alister E. McGrath: *Bevezetés a keresztény teológiába*. Budapest, Osiris, 1995. 107-108. McGrath szívesebben beszél a modernizmus összeomlása utáni általános intellektuális szemléletmódról, mint posztmodernről.

³ Stuart Sim (szerk.): *The Icon Critical Dictionary of Postmodern Thought*. Cambridge, Icon Books, 1998. 339-340.

⁴ Jean-Francois Lyotard: „A posztmodern állapot”, in: *A posztmodern állapot – Jürgen Habermas, Jean-Francois Lyotard, Richard Rorty tanulmányai*. Budapest, Századvég Kiadó, 1993. 8.

⁵ Sim: i.m. 340.

málódó és újraformálódó. Mindezekből következik, hogy a posztmodern „szubjektív, relációs és dialektikus viszonyulás az élethez”, a rajtunk kívül létező objektív igazság keresése helyett a „M/másikkal”, a „M/mással” való kapcsolat válik hangsúlyossá.⁶

2. A posztmodern vallásosság jellemzői

Ahogy a posztmodern megértésére tett kísérlet elkerüli a definícióalkotást, és jellegzetességek megállapítására koncentrál, ugyanúgy a posztmodern vallásosság leírásánál is hasonló tendenciákat találunk.

Arnaldo Nesti a posztmodern vallásosság öt jellegzetességét különbözteti meg.⁷ Az első ilyen jellemző a nomád állapot. Korábban a vallásos ember úgy volt „vándorúton”, hogy tudta merre tart, célját szem előtt tartva a jövőre koncentrált. A posztmodern nomád embere azért vándorol, mert nincsenek számára abszolútumok. A nagy elbeszélésekkel (univerzális elméletekkel) való elégedetlenség azonban nem azt jelenti, hogy az érzékelésen alapuló szempontok kivételével minden mással szakít, hanem hogy egy szempont elsajátítása mindenekelőtt tapasztalati úton történik. A posztmodern vándor nem képes vagy nem akar olyan identitást kialakítani, amely a „kész”-ség érzetét hordozza, ezáltal lehorgonyzásra kényszeríti, inkább az elmozdulás szükségessége, a „valahol máshol”-lal való kompromisszummentes kapcsolatteremtés tartja mozgásban. Ebből fakadóan kerüli, hogy behódoljon egy konkrét kortárs nyelvezetnek, annak korlátai és behatároltsága miatt. „A nomádizmus szükséges ahhoz, hogy elengedjük és visszajára fordítsuk a hovatartozás sémáit, és elszakadjunk a létező függővé tételétől, hogy annak új találkozásban lehessen része a kimondhatatlan Mással.”⁸

A kortárs nyelvezetnek való behódolás és a szemantikai kompromisszumok elutasításához kapcsolódik a következő jellemző, mely a csend hipertrófiájaként írható le. Mivel a csendről, szabadságról vagy szeretetről való beszéd, érvézés, vita, értekezés által nem alakítható ki személyes kapcsolat a Mással/Másikkal, elsőbbséget élvez az előbbiekkal szemben az érzelmileg táplált csend, „amely független a szillogisztikus struktúrától és racionális megértéstől” (Számára csak egy apophatikus teológia jöhet számításba.). Ez a csend nem vitázik vagy bizonygat, sokkal inkább kijelent, tanúsít. A posztmodern vallásosság ebben is ellentétben áll az intézményes, tradicionális vallásossággal, amelyben a behatárolt liturgia a posztmodern számára túlzottan formálissá teszi a vallás megélését, gyakorta és probléma nélkül alkalmazza a szavakat. A posztmodern ember számára közvetlenebb megközelítésre, átélhetőségre van szükség több érzelmi rítussal.⁹

A térben és időben utazó posztmodern emberhez a bizonytalanság is hozzátartozik, mégpedig elsősorban önmagával, saját egyedi és hiteles mivoltával kapcsolatban. A jelentéktelenségnek és bizonytalanságnak ez az új érzése reflexióra készíti az embert, a tökéletlennek bizonyuló sémák folyamatos újragondolására, amely által egyre nyilvánvalóbbakká válnak az egyén önmagával, másokkal és a világgal kötött kompromisszumai. A bizonytalanság és jelentéktelenség elismeréséből az is követ-

⁶ „Mission and Postmodernities”, 66.

⁷ Arnaldo Nesti: „The Mystical Option in a Postmodern Setting: Morphology and Sense”, *Social Compass* 49.évf. 3.sz. 2002: 379-392.

⁸ Uo. 383.

⁹ Uo. 383-384.

kezik, hogy a posztmodern visszaállítja a különbözőség, és az egyéni vallásos meggyőződések méltóságát, vagyis végső eredményként egy kevésbé arrogáns felfogást eredményezhet a világról és másokról.¹⁰

Jellemzője a posztmodern vallásosságnak, hogy az egyént nem csupán önmagában értelmezi, hanem a hagyományosnál sokkal erősebben érzi a kapcsolatot önmaga és a világegyetem között, vagyis érzékeny a környezetére. Ebből következően számára egyéni megváltás nem létezik egyetemes megváltás nélkül, illetve a vallásosság egyetemes-biológiai jelleget ölt. A világegyetem ilyenfajta tisztelete etikai következményeket hordoz: a felelőtlen fogyasztásról, a profit mindenre kiterjedő logikájáról való lemondást, melynek helyébe a szolidaritás választása kerül. Az egyetemesben feloldó vallásosság a környezeti problémákat nem pusztán technikai kérdésként kezeli, sokkal inkább a közös, kollektív sors részének.¹¹ Nesti mind az öt jellegzetességben a jelentésalkotás és értelem-/megváltáskeresés különböző megnyilvánulásait látja.

Horváth-Szabó Katalin az amerikai társadalomkutatók vallásos pluralizmust leíró kategóriáit mutatja be, mely vallástípusok inkább az individualizációs, mintsem a szekularizációs folyamatokat igazolják.¹²

Az egyik ilyen szemléletes kategória a kávéházi megközelítés, miszerint a posztmodern ember mintha étlapról¹³ válogatna, szabadon kiválasztja a számára megfelelő vallást, vallásgyakorlati módot, eszmét, erkölcsi szabályrendszert, vagyis független a korábban adottságként létező vallási tekintélyektől. Mivel az egyén nem csupán egy vallási rendszeren belül választhatja meg a számára megfelelő tanításokat, hanem akár különféle vallásokat vagy tradíciókat is „összedolgozhat” sajátjaként, turmixvallásnak¹⁴ is nevezik ezt a vallási formát: „Egy kis New Age, egy csipet feminizmus, egy kis pszichoterápia, megspékelve ezoterikával, keleti meditációs technikákkal és egy kis zsidó-keresztény hagyománnyal.”¹⁵

Mindezekkel együtt nem jelenthető ki, hogy a posztmodern vallásosságra a vallások és nézetek ilyen mérvű keverése összességében és átfogóan jellemző. Az intézményes, tradicionális egyházi vallásossághoz közelebb álló posztmodern vallásfelfogás is létezik. Ennek jellemzője lehet, hogy a vallást attrakcióként kezeli (pl. újabb karizmatikus csoportok), vagy a vallásos tapasztalatok felértékelődése jellemzi, amelyhez hozzátartozik az Istenhez való közelség érzése és a személyes átformálódás lehetősége. Másik végleteként jellemzője lehet a posztmodern vallásosságnak, hogy az egyén közömbösséget mutat a vallás intézményei és hierarchiája iránt, de lojális a helyi vallási közösségek felé, különösen akkor, ha a csoport szociális igényeket vagy egyéni szükségleteket elégít ki.¹⁶

¹⁰ Uo. 384-385.

¹¹ Uo. 384.

¹² Horváth-Szabó Katalin: „Az én és a vallás a posztmodern korban”, *Távlatok* 2002: 238-248.

¹³ Hegedűs Rita kifejezzen a „... la carte” megnevezést használja. Hegedűs Rita: *A vallásosság alakulása Magyarországon a kilencvenes évek kutatásainak tükrében*. PhD értekezés, Budapesti Közgazdaságtudományi és Államigazgatási Egyetem, 2002. 70.

¹⁴ Hegedűs az „összebarkácsolt” jelzőt használja. Hegedűs: i.m. 70.

¹⁵ Horváth-Szabó idézi: David M. Wulff: *The Psychology of Religion – Classic and Contemporary Views*. New York, John Wiley and Sons, 1997. 9.

¹⁶ Horváth-Szabó: i.m.

A fent sorolt jellemzők jól illenek az egyénekre és csoportokra, akiket vallásszociológusok a „maga módján vallásos” vagy „nem egyházasan vallásos” elnevezéssel tartanak számon. Ezt az azonosítást teszi meg Hegedűs Rita, aki szerint posztmodern – mivel eleve kétségbe von mindenféle merev szabályozást – logikusan az intézményes vallás ellen van, és az egyéni, saját módú vallásosságot támogatja.¹⁷ A korábban fel nem sorolt jellemzőket említve csupán, Tomka¹⁸ úgy írja le a maguk módján vallásosak csoportját, mint akikre jellemző a haszonelvű válogatáson túl a mágikus istenhit, vagyis hogy a természetfeletti (Isten) az ember igényei szerint irányítható megfelelő technikák vagy cselekvések által. Az intézmények, tradicionális gyülekezetek helyett ezek az emberek sokkal inkább konkrét személyekhez kötődnek (guruk, sámánok, mesterek, jóvendőmondók stb.), esetleg helyekhez és technikákhoz. Jellemző erre a vallásosságra a változékonyság és a bizonytalan áthagyományozás.

Az intézményes vallás elutasítása nem feltétlenül kimondott és megfogalmazott a vallásszociológusok által maguk módján vallásosok csoportjának körében. Tomka Magyarországon végzett kutatásai szerint pl. hetente 9% jár templomba,¹⁹ és 68,8% egyháztagnak mondja magát.²⁰ Számuk 1980 és 1994 között jelentősen emelkedett,²¹ amelyben szerepe lehet az egyre nagyobb, majd teljessé vált vallásszabadságnak, hiszen a bizonytalanok vagy nem vallásosak nagyobb lehetőséget kaptak a számukra megfelelő valláselemek közötti válogatásra:

1980	40,9 %
1986	47,7 %
1991	52,8 %
1994	54,3 %

2000 után nem növekedett a csoport aránya: a Tárki Monitor (2003, 2005, 2007) felmérések szerint számuk a következőképpen alakult:²²

2003	53,66 %
2005	55,26 %
2007	53,48 %

Magyarországi vallási csoportok között egy nemrégiben lefolytatott értékutatás a vallásosság, habitus, ízlés összefüggéseit vizsgálta.²³ A felmérések azt mutatják,

¹⁷ Hegedűs: i.m. 138.

¹⁸ Tomka Miklós: „Vallás a pluralizálódó társadalomban”, in: Tomka Miklós: *Vallás és társadalom Magyarországon*. Budapest-Piliscsaba, LOISIR Kft. 2006. 76-77.

¹⁹ Tomka Miklós: „Modernizáció és a vallási rendszer átalakulása”, in: Tomka: i.m. 25.

²⁰ Uo. Az egyházasan vallásosaknál ez az arány 97,2%.

²¹ Földvári Mónika: „Gondolatok és adatok a vallásosság alakulásáról”, in: Hegedűs Rita – Révay Edit (szerk.): *Úton – Tanulmányok Tomka Miklós tiszteletére*. Szegei Tudományegyetem BTK Vallástudományi Tanszék, 2007. 276.

²² Keller Tamás: „Lét és tudat: társadalmi helyzet, attitűdök – vallásosság”, in: *Köz, teher, elosztás – Tárki Monitor jelentések 2008*. Szívós Péter – Tóth István György (szerk.). Budapest, TÁRKI Társadalomkutatási Intézet Zrt., 2008. március. 233. 13.1 táblázat.

²³ Kamarás István: *Vallásosság, habitus, ízlés – kutatási jelentés*. Budapest, Loisir Kiadó, 2009.

hogy miközben a maguk módján vallásosak más vallási csoportokhoz viszonyítva többre tartják a pragmatikus értékeket, és érzékenyebbek a kötöttségekre, nyitottabbak a tömegkultúra és a művészet felé. Kamarás szerint ennek háttérében éppen vallásosságuk jellegzetessége áll: kevésbé meghatározó számukra a vallásos hit, a vallásos ismeret, még kevésbé a vallásos rítus és vallásos közösség, mint a vallásos érzések. Életükben kisebb súlyt képviselnek a szent dolgok, szent íráások, szent cselekmények, istenképek pedig kevésbé bensőségesek. Kamarás vizsgálata az irodalomhoz és filmekhez való viszonyt is kérdéssé tették. Méréséből kiderül, az irodalommal szemben ez a legpasszívabb csoport, míg a tévé- és videó nézésben a nem vallásosok állnak az élen, őket követi a maguk módján vallásosak csoportja.²⁴

3. Mediatizáció, mediatizáltság

Kommunikációs megközelítésben az ember identitása és hovatartozása közvetlen, ismerős térben végbemenő interperszonális kommunikációban gyökerezik, ami által résztvevője és része is a helyhez kötődő kultúrának. A modern korban, főként a 19. század közepe óta azonban egyre szélesebbé vált ez a kommunikációs, kulturális tér, és az egyén innentől nem csupán helyi kultúrájában helyezi el magát, de egyre nagyobb hatással van rá a speciális társadalmi közvetítők által hozzá eljuttatott kultúra is. Ilyen közvetítők a sajtó, film, mozi, a rádiós és televíziós műsorszórás. Ezek terjesztik el a nagyobb hatósugarú nyilvános kommunikációs rendszert azáltal, hogy az adott helyekre közvetítik a híreket és a kultúra egyéb formáit, így az egyén saját közvetlen világa együtt létezik a közvetített külvilággal. A közvetített kultúrákat beépítő társadalmakat szokás mediatizált társadalmaknak nevezni.²⁵

A mediatizált kultúrákra kezdetben kommunikációs egyirányúság jellemző, az üzenetek küldői ugyanis nem kapják meg a jelentéssel teli, érzékelhető, közvetlen válaszokat, vagyis nincs úgy visszacsatolás a befogadó részéről, mint a személyes kommunikáció során. Ebben később az úgynevezett új médiumok hoznak változást. A kommunikációs tartalmak fizikai valóságukban is hozzáférhetőek (könyv, film, videó, lemez, szalag, újság stb.), ilyenformán állandósággal és reprodukálhatósággal ruházzák fel azokat. A média által közvetített üzenetek elérhetősége kitágul, vagyis a globalitás is jellemzővé válik, ezzel együtt pedig az „üzenetek” termékként, árucikként, szolgáltatásként jelennek meg, így hatással van rájuk a kereslet és kínálat piaci, kereskedelmi viszonyrendszere. A nyereségre törekvő meghatározó szempontnak tűnik a tömegkommunikációs formák alakításában.²⁶

Ahogy a kultúra különböző elemeire befolyást gyakorol a mediatizációs folyamat, úgy a vallás is egyre inkább ki van téve a média logikája kényszerítő erejének, beleértve az egyéni vallásgyakorlaton kívül az intézményes vallást és a szimbolikus tartalmakat is.²⁷

²⁴ Uo. 44, 58,93.

²⁵ Tim O’Sullivan – Brian Dutton – Philip Rayner: *Médiaismeret*. Budapest, Korona Kiadó, 2003. 39-41.

²⁶ Uo. 42-46.

²⁷ Stig Hjarvard: „The Mediatization of Religion – A Theory of the Media as an Agent of Religious Change”, *Northern Lights* 6, 2008/1: 11.

A média egyrészt csatornaként²⁸ meghatározó, amely az üzeneteket és szimbólumokat közvetíti a különféle távolságban levő küldő és fogadó felek között. Ebben a közvetítésben a közvetített tartalom hangsúlyos: milyen üzenetet közvetítenek? Milyen témák uralják a médiát? Mennyi figyelmet követel egyik üzenet a másikkal szemben? A vallással kapcsolatban a média mint csatorna egyfelől információkat közöl az intézményes vallásokról, másfelől maga is előállít üzeneteket (hírek, dokumentarista feldolgozások, dráma, vígjáték stb.), ezzel a vallásos reprezentáció piacát teremti meg. A média ezáltal egyfajta „banális vallást” terjeszt, amely az újraravázolás²⁹ forrásává válik.³⁰

A média nem csak csatornaként, hanem nyelvként is működik: formálja az üzeneteket, keretet ad a küldő és befogadó kapcsolatának. „A médium és a műfaj megválasztása hatással van az elbeszélő szerkezetre, a valóság státuszára és a konkrét üzenetek fogadásának módjára.” Ebből fakadóan a média a vallásos reprezentációt alakítja a médium és műfaj módozataihoz, a mai Európában például a populáris kultúrához idomítja a vallást, amiből pedig az következik, hogy a szórakoztatás és a fogyasztói gondolkodás meghatározó szerepe az egyre individualizáltabb vallásmegjelenítést támogatja, teszi hangsúlyossá.³¹

A média tehát a kommunikáció csatornája és nyelve, ezen felül pedig maga a kommunikációs környezet is, mivel nem csak segíti, de építi, mégpedig sajátos módon építi az emberi interakciót, kommunikációt. A 20. század egyirányúsága után egyre erősebbé válik a 21. század kétirányúsága, miközben a média a társadalomról szerzett tapasztalatok legfontosabb forrása lett. Korábban különböző társadalmi intézmények voltak a tájékozódás forrásai, ma már ez a média kezébe került: ez tájékoztat, ez ad erkölcsi útmutatást, és ez veszi fel a társadalomról szóló történetek elmesélőjének szerepét.³²

A médiának ez a hármas funkciója felelős a társadalom mediatizálódásáért, vagyis azért a folyamatért, amely által a társadalmi és kulturális tevékenységek alapelemei médiaformát feltételeznek, gyakorlatilag függővé válnak a médiától. Ez a folyamat hosszú távú, mivel alapjaiban formálja át a társadalmi interakciók módjait. Ez a folyamat elősegíti a spirituális és világnézeti keresés individualizált, autonóm formáinak felerősödését, ilyenformán az intézményes vallástól való elfordulást.³³ Különösen erőteljesnek tűnik ez a katalizátorhatás akkor, amikor a média felszabdalja a különböző vallások monolitikus megállapításait, és részenként kínálja az egyes

²⁸ Joshua Meyrowitz („Tre paradigmmer i medieforskningen”, *MedieKultur* 26.sz. 1997: 56-70.) hármas médiametaforáját ismerteti Hjarvard: a média mint csatorna, nyelv és környezet.

²⁹ A posztmodernben az újraravázolás fogalma a modernizáció Max Weber-i leírásából érthető, szerinte ugyanis a modernizáció folyamata túlracionalizálta és technologizálta a világot, kiirtva minden nem célszerűt – mítoszokat, hiedelmeket, vallásokat, varázslatokat. Úr keletkezett tehát, melyben új hiedelmek, új vallások születtek, és az újraravázolásnak ez a folyamata szinte robbanásszerűvé vált, amikor a huszadik század második felének fogyasztói társadalmá elerasztotta a világot a maga új szimbólumaival, mítoszaival, varázslatával. Hankiss Elemér: „A világ újraravázolása”, konferencia-előadás, A minőség teremtése 1. Gallup konferencia a minőséggel kapcsolatos külföldi és hazai közoktatási tapasztalatokról, Keszthely 2000. május 15-18.

http://oktatas.gallup.hu/Conf_prog/Keszthely1/hankisselemer.htm (Megtekintés: 2010.08.08.)

³⁰ Hjarvard: i.m. 12.

³¹ Uo. 12-13.

³² Uo. 13.

³³ Uo. 13-14.

elképzeléseket. Az egyén mint fogyasztó a spirituális iránti vágyával maga is inspirálja a médiát, hogy újabb „árucikkeket” termeljen ezen a „piacon”. Ezek az árucikkek pedig maguk is a vallásos jelentésalkotás, értelemalkotás kontextusává válnak.³⁴

A mediatisálódás folyamatának hatására a vallás és a média keveredik és összeütközik a médiaközönség kulturális tapasztalatában. A választás lehetősége, valamint a legitimizáció képessége a kereső/néző (fogyasztó) kezében van, aki egyre sokrétűbb források és kontextusok között keresgélhet. A választási lehetőségek világában az egyén immár nemcsak azt találhatja meg, ami a színpalak előtt zajlik, hanem betekinthez a mögöttesbe is – természetesen csak olyan mértékben és formában, ahogyan ezt az alkotók jónak látják. Mindezekből az következik, hogy egyre nagyobb hangsúlyt kap a „média-generált reflexió”, mivel a nyilvánosság egyre tudatosabbá és reflektívabbá válik azzal kapcsolatban, hogyan működnek a dolgok. A vallásosságot ebben a kontextusban vizsgálva megállapítható, hogy mindez növeli a szkeptizmust az intézményes tekintéllyel szemben.³⁵

A (poszt)modern velejárója a látvány és a vizuális média hegemoniája – látásban járunk. A (poszt)modern világ uralkodó nyelvezete a képi nyelv.³⁶ Képek újságokban, magazinokban, televízióban, moziban, interneten, mellettük pedig az elsődleges, közvetlen tapasztalatok kezdenek háttérbe szorulni, jelentéktelenné válni. Míg korábban a képek értelmezték a valóságot, úgy a jelen posztmodern kultúrában inkább birtokolják azt, mivel sok esetben csak a képeken keresztül tapasztaljuk a valóságot, mindeközben a jelek (képek) és közvetítők (médiák) kiszolgáltatottjává válunk. A posztmodernben megváltozik a jel és jelzett dolog viszonya: a korábbi hagyományos kapcsolat megkérdőjeleződik. Jean Baudrillard egyenesen azt állítja, hogy a mai kor embere a szimulációk világában él, amelyben a média gerjesztette képek bármilyen rajtuk kívül álló valóságtól függetlenül léteznek, ezért az egyén számára a realitás egyre bizonytalanabb, és világát olyan jelek/képek (szimulákrumok) népesítik be, amelyek helyettesítik és elpusztítják a valóságot.³⁷ Mindez hatással lehet a hagyományos vallási jelentéstartalmakra is.

A környező világ mediatisált értelmezése, a kommunikáció és az interszónális kapcsolatok átalakulása mellett az „én” posztmodern felfogása is jellemző irányt mutat: az „én” határai elmosódnak, miközben a másokkal, környezettel és a médiával való kapcsolata állandó újradefiniálásra készíti az egyént.³⁸ Az identitásformálás és -fenntartás lesz a kapcsolódási pont a média és a vallás között, mivel többek között az identitás-keresés folyamatában történik meg a média és a vallás interakciója. Az identitás- és értelemkeresés, a jelentésalkotás szorosan összefonódik a vallásosság kialakulásának folyamatával. A hit kialakulása az értelemadási struktúrák fejlődésében is leírható. Itt nem a vallásos tudásról van szó, hanem arról a folyamat-

³⁴ Stewart M. Hoover: *Religion in the Media Age*. London-New York, Routledge, 2006. i.

³⁵ Hoover: i.m. 1,2,11.

³⁶ Sut Jhally: „Image-Based Culture: Advertising and Popular Culture”, in: Kelly Michelle Askew, Richard R. Wilk (szerk.): *The Anthropology of Media: A Reader*. Oxford, Blackwell, 2002. 334.

³⁷ Jean Baudrillard: „A szimulákrum elsőbbsége” – részlet, ford. Gángó Gábor, in: Kis Attila Attila, Kovács Sándor, Odorics Ferenc (szerk.): *Textes könyv I*. Szeged, Ictus Kiadó és a JATE, 1996. 161-193.

³⁸ Duane R. Bidwell: „Maturing Religious Experience and the Postmodern Self”, *Pastoral Psychology*, 49. évf. 4.sz. 2001: 277.

ról, amelyben az egyén a vallásos valóságot felfogja, feldolgozza, illetve élete gyakorlati megnyilvánulásaiban alkalmazza.³⁹

4. A film (kvázi-)vallási funkciói

A jelentésalkotásnak, értelemkeresésnek a hagyományos intézményes valláson kívül eső folyamatát vizsgálók⁴⁰ nagy előszeretettel nyúlnak Clifford Geertz vallásdefiniójához:

[A vallás] 1) szimbólumok rendszere, mely arra szolgál, hogy 2) erőteljes, meggyőző és hosszan tartó motivációkat és lelkiállapotokat hozzon létre az emberekben, miközben 3) kialakítja a létezés általános rendjének koncepcióit, és 4) ezeket a koncepciókat a tényszerűség olyan aurájába öltözteti, amelyben 5) a lelkiállapotok és motivációk egyedülállóan valóságosnak tűnnek.⁴¹

Ebben a definícióban a vallásnak inkább funkcionális, mintsem lényegi megközelítése érhető tetten, ami azonban lehetővé teszi annak vizsgálatát, hogyan válhat a film mint mozgóképes médiumfaj az értelemalkotásként is definiált posztmodern vallásosság forrásává, vagyis milyen (kvázi-)vallási funkciókat tulajdoníthatunk a filmnek.⁴²

Szimbólumok rendszereként a vallás funkcióját tekintve lehet modell vagy minta a kultúrában, mégpedig kettős értelemben: a valóság modellje („*model of reality*”), és modell a valóság számára („*model for reality*”). A kettő közötti különbség a világkép és az ethosz közti különbséget tükrözi: a világnézet azt írja le, milyennek látjuk a világot, így a percepció modellje, míg az ethosz azt, milyennek szeretnénk látni, vagyis modell, amely a valóság konstruálásában segít.⁴³ A vallási szimbólumok két különböző diszpozíciót, mégpedig motivációkat és lelkiállapotokat hoznak létre bennünk. A motiváció itt bizonyos típusú cselekedetek végrehajtására, illetve bizo-

³⁹ Horváth-Szabó: i.m. Ugyanezt fogalmazza meg Clifford Geertz: „Bármilyen legyen is a vallás, részben mindenképpen egy kísérlet – nem annyira explicit és tudatosan átgondolt, mint inkább implicit és érzelmileg megélt próbálkozás – azoknak az általános jelentéseknek megőrzésére, melyek alapján minden egyes individuum értelmezi saját tapasztalatait, szervezi viselkedését.” Clifford Geertz: „Az ethosz, a világkép és a szent szimbólumok elemzése”, ford. Sajó Tamás, in: *Az értelemzés hatalma*. Budapest, Osiris Kiadó, 2001, 8. A vallásosság és az átfogó jelentésrendszerek kapcsolatáról bővebben ld. Martos Tamás: „Vallásosság és az értelmes élet pszichológiája”, in: Horváth-Szabó Katalin (szerk.): *Vallásosság és személyiség*. Piliscsaba, Pázmány Péter Katolikus Egyetem BTK, 2007. 9-36.

⁴⁰ Pl. Tomas Axelson: „Movies, Mind and Meaning – Studying Audience and Favourite Films”, konferencia-előadás, For the Network on Mediatization of Religion and Culture seminar on ‘Sacred & Digital’, Oslo, 15-17 June 2006. 1-11. http://mrc-network.media.ku.dk/upload/application/pdf/f51d6748/Tomas_Axelson_-_Movies,_Mind_and_Meaning.pdf (megtekintés: 2010.08.17.), valamint John Lyden: *Film as Religion – Myths, Morals, and Rituals*. New York University Press, 2003.

⁴¹ Clifford Geertz: „A vallás mint kulturális rendszer”, ford. Botos Andor, in: *Az értelemzés hatalma*. Budapest, Osiris Kiadó, 2001, 76.

⁴² A kérdésfelvetés nem önkényes. Axelson filmnézési szokásokat vizsgáló felméréseiben éppen ahhoz keresett támpontokat, hogy milyen mértékben használjuk a filmet az értelem- és identitásalkotás forrásaként. A megkérdezettek többségének élményt (97%) és szórakozást (83%) jelent a filmnézés, 65% szerint azonban a film lehetőséget ad arra is, hogy megvitasson dolgokat barátaival, 62% szerint pedig segít elgondolkodni az élet fontos kérdéseiről. Az interjúkból a következő életkérdések listája alakult ki: 1. Miért élünk és halunk meg? 2. Élet célja / értelme 3. Büntudat és felelősség 4. Mi a valóság? 5. Mi az ember? 6. Mi a szeretet? 7. Mi Isten? 8. Mi a jó? 9. Jó és rossz 10. Erkölcsei alapelvek. Axelson: i.m. 4,5.

⁴³ Geertz: „Az ethosz...”, 7-8,10.

nyos típusú érzésekre való tartós hajlamként értelmezhető, a lelkiállapot pedig a bizonyos helyzetekre adott átmeneti, többnyire megmagyarázhatatlan érzelmi reakcióként.⁴⁴ Ezek a diszpozíciók a létezés általános rendjének koncepcióin alapulnak. Geertz itt azt konkretizálja, miben különböznek a vallásos érzések vagy hajlamok más jellegű érzésektől vagy hajlamoktól. Abban, hogy egy körülményektől, helyzettől nem függő cél elérésére irányulnak, és valamilyen transzcendens igazságnak a szimbólumai, valami hétköznapin túlira vonatkoznak. Geertz szerint a vallási szimbólumok elsődleges célja az, hogy az ember életében uralkodó káoszt kezeljék, és azt az érzést teremtsék meg, hogy az életnek van értelme és rendje a megtapasztalt káosz ellenére. Az élet három olyan alapvető területén fenyegeti az egyént a káosz, ahol korlátokba ütközik. Ezek a következők: elemzőképesség (meddig mehet el az értelem a magyarázatban?), tűrőképesség (mennyi szenvedést bírunk el?) és erkölcsi belátás (mennyi igazságtalanság engedhető meg?). A vallás tehát felismeri a nem-tudás, a fájdalom és az igazságtalanság elkerülhetetlen voltát, miközben tagadja, hogy ezek az irracionalitások a világ egészére jellemzőek.⁴⁵ A vallás ezeket a koncepciókat a tényszerűség aurájába öltözteti. A valóság koncepciói nem fikciók, hanem leírásai (vagy az etika esetében normatívái) a világ tényleges természetének. A valóságnak ez a megállapítása nem egyszerűen csak a hit cselekménye, hanem kifejezésre is jut a vallásos életben rítusokon keresztül. A rítusok egyesítik a megélt (tapasztalt, észlelt) világot az elképzelt világgal, vagyis a világot, ahogyan van azzal, amilyenné lennie kellene.⁴⁶ Ebben az aurában a lelkiállapotok és motivációk egyedülállóan valóságosnak tűnnek: a rituális kontextusból visszalépve a hétköznapi kontextusba, az egy tágabb valóság részleges formájává válik, amely korrigálja és kiegészíti a hétköznapi világot, azaz hatással van arra, ahogyan a rítusban résztvevő önmagát és a világot látja.⁴⁷

Lyden szerint ezeket a (kvázi-)vallási funkciókat a film is betöltheti. A film is tekinthető szimbólumrendszernek, mégpedig vizuális és narratív szimbólumok rendszerének, amelyek világnézetet, értékrendszereket közvetítenek. Ezek a közvetített világnézetek és értékrendszerek lelkiállapotokat (pl. nyugalmat, reményt)⁴⁸ és motivációkat (pl. cselekedjünk jót, legyünk önmagunkhoz hűek, szeressük családjunkat stb.) hoznak létre. A filmes elbeszélések is szolgálhatnak modellként a valóságról és a valóság számára: leírják valamilyennek a világot, ugyanakkor azt is bemutatják, hogy milyennek kellene lennie. A világot többnyire olyannak láttatják, mint ahol a jó győzedelmeskedik a rossz fölött, ha pedig egy film eltér ettől a konvenciótól, az nyugtalanságot okoz a nézőben. Sokan a mindennapi élettől menekülnek a filmekhez, ugyanis a filmekben bemutatott világ általában rendezettebb,

⁴⁴ Geertz: „A vallás...”, 82-84.

⁴⁵ Uo. 85-87,98.

⁴⁶ Uo. 102-103.

⁴⁷ Uo. 114.

⁴⁸ Nemcsak a filmes elbeszélésre, de a (mozgó)képpel való találkozásra is igaz, hogy az értelmén túl az érzelmekre is hat. Az egyének együttesen és külön is legalább két szinten reagálnak a képekre: intuitív-affektív (érzelmi-indulati) és racionális-effektív szinten. Az intuitív dimenzió keresztül a vizuális művészetek színek és arányok által ideálokat és jelentést közvetítenek; míg a forma és az elhelyezés (kompozíció) a vizuális kommunikációnak azokat a módjait jelöli, amelyek a racionalitásnak szólnak. Diane Apostolos-Cappadona: „Iconography”, in: John Lyden (szerk.): *The Routledge Companion to Religion and Film*. London-New York, Routledge, Taylor & Francis Group, 2009. 442.

szebb, a filmek gyakorta happyenddel végződnek: a bűn elnyeri büntetését, az erény jutalmát, a családok újraegyesülnek, a szerelmesek egymásra találnak stb. Jóllehet a filmes elbeszélések sok konfliktust és feszültséget is bemutatnak, azok általában megoldódnak, feloldódnak a film által megszabott idői keretek között, azaz a filmnézés élménye közben. Ha nem is minden film végződik minden szereplő számára happyenddel, a film képes azt az érzetet kelteni, hogy létezik igazságosság és rend, még akkor is, ha bizonyos dolgok magyarázat nélkül maradnak, vagy igazságtalannak tűnnek. A nem elfogadott normákat közvetítő filmek a kaósszal való megküzdés alternatív módjait mutatják be. A filmnézés rítusként többek között a néző bevonódásában érhető tetten, ahogyan felsikolt félelmében, felnevet egy poénon vagy megkönnyez egy jelenetet. A közösségi filmnézésben⁴⁹ a mások jelenléte és reakciói kontrolul vagy megerősítésül szolgálhatnak az én reakcióim számára, amelyek szintén egyfajta valóságérzéssel tölthetnek el. Jóllehet a film nézői tudják, hogy a film nem a „valóság”, a filmek mégis a valóságosság dimenzióját öltik magukra a filmnézés kontextusában. Ahogyan a vallás, a film is része annak a komplex kapcsolatnak, amely az ideális és a valóságos/tényleges között van, és mindkettő kínál világképet és ethoszt.⁵⁰

Lyden és Axelson elemzései elsősorban a filmes elbeszélésre szűkítik a filmes műfajt, megfelelkezve többek között a vizuális kommunikáció percepcióelméleti szempontjairól, illetve a (mozgó)képeknek a megismerési, kommunikációs és érzelmi folyamatokban betöltött szerepéről.⁵¹ Ezen az alapon ugyanígy vizsgálódhattak volna a populáris vagy szórakoztató irodalom, illetve elbeszéléseket széles körben terjesztési képes egyéb média műfajok területén is.⁵² Elegendő és kielégítő adat hiányában tehát egyelőre csak feltevés marad az, hogy a film elsősorban mint mozgóképi megjelenítés válik a (kvázi-)vallásos tájékozódás egyik locusává, ami azonban nem jelenti azt, hogy a feltevés szükségszerűen téves.⁵³

⁴⁹ A közösség egyfajta közösségi nézőpontot, úgynevezett „szociális/szocializált” szemüveget is ad a közösség tagjának, az egyénnek. Ez a szocializáltság, ha vallási vagy teológiai témájú képekről/filmekről van szó, erősíteni vagy gyengíteni fogja a képi elbeszélés elfogadottságát vagy elutasítotttságát, függetlenül a szerzők, alkotók szándékától, a színészek teljesítményétől, forgatókönyvtől, zenei aláfestéstől. Apostolos-Cappadona: i.m. 443.

⁵⁰ Lyden: i.m. 44-48.

⁵¹ McIntyre például a képek episztemológiai, ontológiai, hermeneutikai, konstruktív, univerzalizáló (kommunikációs vagy kérügmatikus), megvilágosító, szabályozó (előíró), metodikai, argumentáló, evokatív, megerősítő, újateremtő funkcióit különbözteti meg, amikor a hit, teológia, kép és képzelet összefüggéseit elemzi. John McIntyre: *Faith, Theology and Imagination*. Edinburgh, The Handsel Press, 1987. 168-176. Morgan a vizuális kommunikációból ismert férfi, illetve női néző elméletek (*male/female gaze*) mintájára egyfajta szent nézőpontról (*sacred gaze*) beszél, és ezen belül a következő funkciókat tulajdonítja a képeknek: rendezik a teret és időt, képet adnak a közösségről, közvetítik az istenit vagy transzcendenst, együttműködnek a megjelenítés (reprezentáció) egyéb formáival, hatással vannak a gondolkodásra, elmozdítanak rivális képeket és ideológiákat. David Morgan: *The Sacred Gaze – Religious Visual Culture in Theory and Practice*. Berkeley-Los Angeles-London, University of California Press, 2005. 55-73.

⁵² Hjarvard Dániában végzett kutatásai szerint a spirituális tájékozódás elsődleges eszköze továbbra is a személyes beszélgetés (30,7%), ezt követi a televíziózás (25,7%), a nem szépirodalmi (filozófia, pszichológia stb.) művek olvasása (14,9%), interneten böngészés (11,5%). A médiaműfajok közül ugyanakkor a jó és rossz harcáról szerzett meghatározó ismereteiket legtöbbször valamilyen filmélményhez (41,1%) kötik. Hjarvard: i.m. 20-21. 1. és 2. táblázat.

⁵³ Vö. Robert Pope: *Salvation in Celluloid – Theology, Imagination and Film*. London, T&T Clark, 2007. 9-10.

5. Befejezés: megválaszolásra váró kérdések és feladatok

A fentiek alapján feladatunk⁵⁴ lehet szisztematikus vizsgálat és teológiai értékelés alá vonni néhány uralkodó tendenciát és kontextust.

i) Elsődleges és megkerülhetetlen feladat a kultúra teológiai meghatározása és értékelése, ezen belül a vizuális és a populáris kultúra felfedezése és megerősítése (legitimizációja) a vallásos jelentéskötés és értelemkeresés kontextusaként. A posztmodern kor zarándokának egy képek uralta világban kell tájékozódnia. Ebben a világban létezik egyházunk is, amelynek egyik alapelve a *sola Scriptura*. Ez a feszültség kihívás elé állítja az egyházat, melynek újra, időszerűen kell megfogalmaznia, válaszként és útmutatásként kell alkalmaznia hitvallásos alapelvét. Az újrafogalmazás nem a tartalom feladását jelenti, de azt igen, hogy a kérdést a posztmodern vizuális kultúra embere teszi fel. Sokan az ősi képviták felelevenedésétől tartanak, és attól félnek, hogy Isten képpé zsugorodik, vagy éppen semmivé válik, míg például Detweiler azt a kérdést feszegeti, hogy vajon miért adott Isten szemet a látásra, nem csupán a fület a hallásra (értsd: a hit hallásból van)? Megváltható-e a tekintet/nézés/látás a képek uralta világban?⁵⁵ Mindkét fajta kérdésfelvetés a protestáns teológia képtől való általános félelmét tükrözi, miközben eltűnhet az a tény, hogy a mai kor embere, aki számára az Evangéliumot közvetítenünk kell, ilyen, és így gondolkodik. A kérdésre valós választ csak valóságos alapokon gondolkodva kaphatunk. Teológiai útkeresésünket leginkább a szóbeliség és a szóalapú megnyilvánulások jellemzik. A vizuális kultúrában létező posztmodern emberről való gondolkodás segíthet a kapcsolat megtalálásában. A hogyan, milyen határok között, miért kérdései válaszra várnak. Többek között Martin Nicol tett erre megfontolandó kísérletet akkor, amikor a dramatizált homiletika egyik alapmotívumaként jelölte meg „a képek világába lépést”.⁵⁶

ii) A posztmodern vizuális kultúrájáról gondolkodva fontos megállapításnak számíthat teológiai gondolkodásunk és igehirdetésünk számára, hogy az evangélium univerzális jelentőségű, de számunkra csak konkrét kontextusban és kultúrában válhat jelentőssé. A vizuális művészetek fontos szerepet tölthetnek be ebben a folyamatban az egyházban és a társadalomban egyaránt, éppen annál a képességüknél fogva, hogy megtestesítenek és megjelenítenek. A reprezentáció kérdése egyformán kritikus a vizuális művészet és a teológia számára. Gondoljunk a „más/másik” vagy a „jó” média reprezentációjának torz képeire a fogyasztói mentalitás, a nacionalizmus vagy a szektás érdekek szolgálatában. A hamis reprezentáció a propagandához hasonlóan a vizuálissal való visszaélés: ez a vizuális dehumanizál és leigáz. A hamis reprezentáció bálványozás, mely nemcsak Isten valóságát torzíja el, hanem Isten képmását is. A faragott képek készítésének (jelen értelmezésben a hamis reprezentáció) tilalma a 2. parancsolatban a „másik”-kal, a felebaráttal való visszaélés tilal-

⁵⁴ Az Edinburgh 2010 Világmissziós Konferencia 5-ös munkacsoportja a következő általános feladatokat fogalmazta meg a témában: 1) a média erejének / hatalmának felismerése, 2) a média áldásainak felismerése, 3) annak felismerése: milyen következményei vannak a médiának az egyházra nézve, 4) folyamatos teológiai reflexió a médiával kapcsolatban, 5) konkrét cselekvés. „Theme 5 – Forms of Missionary Engagement”, in: Deryl Balia – Kirsteen Kim (szerk.): i.m. 137-139.

⁵⁵ Craig Detweiler: „Seeing and believing – Film Theory as a Window into a Visual Faith”, in: Robert K. Johnston (szerk.): *Reframing Theology and Film – New Focus for an Emerging Discipline*. Grand Rapids, Michigan, Baker Academic, 2007. 30-31.

⁵⁶ Martin Nicol: *Dramatizált homiletika*. Budapest, Luther Kiadó, 2005. 79-87.

mának alapja is egyben. Ezen a ponton kérdéssé válik tehát, hogyan lehet tehát a „Másikat”, a „Teljesen Más” úgy megjeleníteni (ábrázolni?),⁵⁷ hogy az az istenit ne a mi céljainknak vessen alá?

Az üzenet mint megjelenítés vonatkozásában is van vizsgálódnivalónk. Ahogy egy rendező vagy szerző keretbe helyezi művészi világát, üzenetét, ugyanúgy a lelkipásztorok, igehirdetők, hitoktatók, misszionáriusok stb. is keretbe helyezik szolgálatukat és közvetített üzenetüket. A kérdés ebben az esetben az, hogy egy kész világot erőltetünk a másikra, vagy hagyjuk, hogy megalkothassák sajátjukat? Egy tágas térre hívom az embereket, mely tele van lehetőségekkel, vagy saját előre meghatározott megjelenítembe csalogatom be őket?

iii) Szükséges felismerni, hogy a médiabefogadás központi momentuma jelentésalkotássá és értelemkereséssé, kulturális és narratív forrássá válik. Az egyénnek ez az identitáskeresése és értelemkeresése (küzdeme az értelmetlenséggel szemben)⁵⁸ mint a vallás által kielégített és megszólított igény jelentkezhethet. Minden jelentésalkotás természetét tekintve kontextualizációs folyamat (ld. Derrida). Mitől lesz tehát egy (mozgó)kép vallásos? Gyakran nem magától a témától, vagy az alkotói szándéktól, hanem a (mozgó)kép használatától, bemutatásának és értelmezésének kontextusától. A hit médiuma ilyen formában, különös tekintettel a hit kapcsolati elemére, nem csak maga a (mozgó)kép, hanem mindaz, amit az egyén vagy a közösség a (mozgó)képpel, a (mozgó)kép segítségével tesz.

Csak egy inkarnációs teológia (vö. 2Kor 4,4; Kol 1,15) adhat válaszokat a feltett kérdésekre, és tehet eleget a megfogalmazott feladatoknak. Hadd hangsúlyozzuk most ezt egy laikus teológus szavaival:

...a képeknek is megvan a maguk haszna, különben nem lennének ilyen népszerűek. (S itt nem oszt nem szoroz, hogy kézzelfogható képekről, szobrokról van-e szó, avagy képzelőerőnk konstrukcióiról.) Számomra elsősorban a bennük rejlő veszély szembetűnő. A Szent képei hamar szentképekké sorvadnak, szentté és sérthetetlené. Az Istenről alkotott elképzelésem nem isteni fogalom. Szükséges, hogy időről időre megkérdőjeleződjön. S nem más törí azt apró darabokra, mint maga Isten. Ő a nagy képromboló. Sőt mi több, azt is mondhatnánk, hogy képzeink illetén megemmisítése Isten jelenlétének biztos jele. Erre az inkarnáció a legfőbb példa: Krisztus születése romokba döntött minden, a Messiásról alkotott korábbi elgondolást. Legtöbben megbotránkoznak az efféle „képromboláson”; boldogok azok, kik nem.⁵⁹

⁵⁷ A vizuális művészetek, illetve a képi kiábrázolás beengedése az istentiszteletre mindig az evangélium sajátos kulturális és ideológiai értelmezését tükrözi. A képi kiábrázolás teljes elvetése azonban nem mentesít az ideológiai torzulásoktól és torz megjelenítésektől; a retorika ugyanolyan veszélyforrás, mint a képi kiábrázolás. Vö. John W. de Gruchy: „Theology and the Visual Arts”, in David F. Ford, Rachel Muers (szerk.): *The Modern Theologians – An Introduction to Christian Theology Since 1918*. Blackwell, 2005. 714

⁵⁸ Vö. Paul Tillich: *Létfátorság*. Ford. Szabó István, Teológiai Irodalmi Egyesület, 2000. 54-60.

⁵⁹ C. S. Lewis: *A bánatról*. Ford. Kertai Barbara, Budapest, Harmat, 2005. 71-72.

ABSTRACT

POSTMODERN RELIGIOSITY AND MEDIA SATURATION

After presenting the main characteristics of postmodern, the study describes postmodern religiosity relying on Arnaldo Nesti's categories that speak about a nomadic condition, the dominance of silence, the need for more emotional rites, and the feeling of uncertainty or insignificance. The individualistic features are illustrated by such marks as coffee shop religiosity or mixture of religions. There is, however, a form of postmodern religiosity that stands closer to institutional, traditional religiosity with the distinctive character of treating religion as a form of entertainment. The process of mediatisation is explained by the threefold function of media as channel, language and environment. Identity formation seems to be a point of connection for media and religion, since it is in the process of identity formation that media and religion interact. Identity formation is strongly linked with meaning construction in the process religious development. For those examining the resources of this process outside traditional institutional religions tend to turn to Clifford Geertz's definition of religion. One example is John Lyden who applies Geertz' definition of religion as a set of symbols to films as well. However, these quasi religious functions of film are more linked to the narrative of films rather than the visual effects or imagery representation. The study concludes with some questions that are left open for further discussion.